



Gestão de Crise



que é uma Crise?

Crise é uma catástrofe que pode ocorrer naturalmente ou como resultado de um erro humano, intervenção ou até mesmo uma ação criminosa. Pode incluir devastação tangível, como a destruição de vidas ou ativos, ou devastação intangível, como perda da credibilidade de uma organização ou outros danos a sua reputação. Esses últimos resultados podem ser consequência da resposta da administração à devastação tangível ou às consequências do erro humano. Uma crise tem impacto financeiro potencial ou real significativo nas empresas e, geralmente, afeta vários públicos de interesse.

Características comuns em uma crise

Embora todas as crises sejam exclusivas, algumas possuem algumas características comuns como:

- Elemento surpresa - algo ocorrido fora do esperado pela empresa. Ex: Alguém encontrou algo dentro de uma embalagem de alimento (animal, peça etc.);
- Informações insuficientes - a empresa não dispõe de todos os fatos imediatamente, mas logo descobre que está em uma posição difícil tendo que lidar com muitas explicações;
- Ritmo acelerado - os acontecimentos atingem uma velocidade muito rápida;
- Investigação detalhada - os executivos em geral estão despreparados para os holofotes instantâneos, uma vez que respostas e resultados quanto ao combate da crise demoram a aparecer.

Parte do problema das organizações ao lidar com uma crise, é q elas só conseguem entender ou reconhecer o quanto estã

vulneráveis depois que uma crise grave acontece. A falta de preparação pode fazer com que as crises sejam ainda mais duradouras do que seriam de fato.

Crise e os Públicos de Interesse

Um dos maiores desafios das organizações é como gerenciar uma crise junto a seus públicos de interesse. Isso ocorre, pois, eventos como esses ficam gravados na consciência pública por vários motivos:

- As pessoas têm tendência a serem movidas mais por notícias negativas do que positivas;
- A tragédia humana associada a uma crise tem apelo psicológico em quase todas as pessoas;
- As crises das principais empresas permanecem na mente do público, por que muitos delas possuem problemas de imagem e reputação.

Tipos de Crise

Conforme vimos na definição acima, uma crise pode ser originada e classificada de várias formas. Abaixo temos os 11 tipos de crises mais comuns nos dias de hoje, com alguns exemplos ilustrativos:

- Desastres industriais - explosões, incêndios, contaminações;
- Desastres naturais - tempestades, enchentes, desmoronamentos;
- Falhas em equipamentos ou construções - colapso na rede de computadores, queda de um edifício, defeitos em produtos industriais;
- De origem criminosa - sabotagem, sequestros, fraudes, vandalismo;
- De natureza econômica - boicotes, greves, desvalorização das ações;
- De informação - boatos, intrigas, acusações de concorrentes;
- De natureza legal - ações judiciais contra a empresa, pedidos de indenização;
- De reputação - denúncias de corrupção, vazamento de documentos internos;

- De relações humanas - sucessão no comando da organização, demissão de altos executivos, denúncias de funcionários;
- Que envolvem risco para a vida - acidentes de trabalho, grandes contaminações;
- Regulatórias - criação de fiscais, legislação

SAIBA MAIS

Elaboração de apresentações

Você já deve saber que, cada dia mais em diferentes modelos de reuniões ou situações, as apresentações fazem parte da rotina de qualquer profissão, sejam elas online ou presenciais. Criá-las pode parecer complicado, mas vamos dar algumas sugestões para que esse trabalho possa ser algo simples, desde que você tenha algumas premissas básicas em mente, tais como: organizar um conteúdo relevante, elaborar um bom design e ter uma excelente oratória. Esses três elementos juntos têm o objetivo de despertar a atenção do público, gerar memória e convidar o público a realizar a ação que você deseja.

O que é uma apresentação?

Apresentação é uma forma de comunicação que tem como objetivo mostrar as ideias, vender um trabalho, participar de, apresentar ou fazer mesmo alinhamentos com a equipe.

Existem várias plataformas, aplicativos e sites que oferecem modelos de apresentações, mas sempre a parte principal, ou seja, o conteúdo, caberá a você desenvolver.

O conteúdo é o conjunto de informações, em práticas gerais, sobre um determinado tópico. É baseado no desenvolvimento de um contexto que o público entende ou deseja conhecer. É mais eficaz quando é assertivo e apaixona o público. É inútil criar apresentações bonitas e cheias de detalhes se o conteúdo entregue não for atual ou de interesse do público que o recebe.

Uma dica importante é: organizar seu conteúdo como se contasse uma boa história. Sua história deve fazer o público querer saber mais e mais sobre o assunto, e deixar-lo ansioso para que você vá para o próximo slide. Para conseguir isso, o conteúdo de sua história deve conectar as ideias para que elas façam sentido na cronologia. Use cada slide como um ponto na linha do tempo, o que facilita o acompanhamento da sua apresentação.

Outro ponto importante é o **design.** Crie um material ilustrativo eficiente para sua apresentação de slides. Não faça slides cheios de texto, pois além de distrair o seu público e mesmo cansá-lo, colocar muito conteúdo nos seus slides pode atrapalhar a sua apresentação. Lembre-se de incluir apenas o que é indispensável, pois esse material está ali como apoio. Usar imagens de alta qualidade pois elas fazem parte do conteúdo e reduzir ainda mais a mensagem que você quer transmitir, provocando sensações, despertando emoções e criando conexão com o público. Na internet você pode encontrar dezenas de bancos de imagens com fotos, vetores, gifs e outros formatos incríveis para criar apresentações inesquecíveis.

Apenas tenha em mente o seguinte: Não use imagens por usar. Veja as imagens elaboradas de acordo com o tema e exata a aproximar a solução do problema do seu público, use-as!

Escolha também uma fonte. Você pode deixar de lado como tradicionais e usar como mais atraentes, mas seja qual for a sua escolha, lembre de usar um tamanho acima de 20. Um design consistente faz você parecer mais profissional. Não alterne entre letras maiúsculas e minúsculas, Times New Roman e Comic Sans ou tamanhos de texto de 8 e 30 pontos. Manter uma fonte e um tamanho em tudo. Você pode variar a ênfase com suas palavras mais tarde, mas cumprir seu texto na tela uniforme para uma mensagem mais coesa.

Depois de ter preparado sua apresentação conscientemente é hora de organizar a **oratória** . Falar em público é uma questão de prática, por isso quanto mais você treinar, melhor se sairá.

Se você tiver tempo, fique de um espelho e pratique seu discurso e peça a alguém para ouvi-lo antes de começar. Manter o contato visual, pois olhar nos olhos transmite confiança, além de ser uma excelente maneira de persuadir. Evite ler o que está na apresentação, tente evitar ao máximo essa prática para não perder o contato com seu público e parecer inseguro sobre o que diz.

Ao final da preparação, revise tudo o que você escreveu. Erros no texto podem fazer com que você perca credibilidade e autoridade no assunto ou até confundir o público sobre o significado do que você escreveu.

Dedique tempo a sua apresentação, conte da melhor maneira sempre levando em conta o perfil do seu público e invista nas práticas para criar seu conteúdo. Temos certeza de que você terá excelentes resultados.

Atividade Resolvida

Usar uma alternativa correta.

- a. Oratória é o ato de falar em público e requer muito treinamento e cursos de aprofundamento.

- b. Ao produzir os slides, seguro de que todas as informações precisarão sair detalhadamente.
- c. A organização do conteúdo se assemelha à organização de uma história.
- d. Revisar o texto é importante, mas não interfere na sua apresentação.
- e. Leia todos os slides para o público se sentir mais seguro.

Resposta

Alternativa C - organize seu conteúdo como se contasse uma boa história, com começo, meio e fim. Sua história deve fazer o público querer saber mais e mais sobre o assunto, e deixar-lo ansioso para que você vá para o próximo slide. Conecte as ideias para que elas façam sentido na cronologia. Use cada slide como um ponto na linha do tempo, o que facilita o acompanhamento da sua apresentação.

Atividade extra

Nome da atividade: Leitura e Consulta - Manual de Gestão de Crise

Link para a atividade:

http://www.funprespjud.com.br/wp-content/uploads/2018/05/Manual-de-gestao-de-Crise-de-Imagem.pdf

Referência Bibliográfica

ARGENTI, PA Comunicação Empresarial: A construção da Identidade, Imagem e Reputação. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

RIEL, CEES BM Van Reputação: O valor estratégico do engajamento dos stakeholders. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

ROCHA T., GOLDSCHIMIDT A (coord.). Gestão de Stakeholders. São Paulo: Saraiva, 2010

Ir para exercício